

NÃO FOTOCOPIAR



Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto
Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação
e Relações Económicas

Aldara Vanessa Garcia Rosa
Dezembro | 2010

Ficha de Identificação

Discente

Nome: Aldara Vanessa Garcia Rosa

Número: 6428

Curso: Comunicação e Relações Económicas

Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto da Guarda

Professor Orientador na ESECD

Dr.^a Filomena Gomes

Instituição onde se realizou o Estágio

Banco Santander Totta (Agência Guarda-Bonfim)

Morada: Rua Francisco dos Prazeres, nº25, R/C, 6300-690 Guarda

Coordenador de Estágio na Instituição

Dr. Artur Bidarra

Período de realização de Estágio

Início do Estágio: 19 de Julho de 2010

Duração do Estágio: 3 meses

Conclusão do Estágio: 19 de Outubro de 2010

AGRADECIMENTOS

Este relatório de estágio não representa apenas o resultado de extensas horas de dedicação e trabalho durante as diversas etapas que o constituem, é também o culminar, da que até hoje, foi a melhor fase da minha vida. Finalmente, consegui realizar um dos meus maiores sonhos, a conclusão da licenciatura.

Para quem conhece a minha breve história da vida, sabe que não foi fácil chegar até este patamar e como tal, apenas me resta sentir orgulhosa de mim e de todos aqueles que me ajudaram a vencer. Por isso, só me resta agradecer.

Em primeiro lugar quero agradecer aos meus pais e irmãos. Aos meus pais, pelo esforço e compreensão que desde sempre me dedicaram, apesar de nem sempre ter sido fácil para eles. Eles foram a minha base, incutindo-me sempre uma educação exemplar e a capacidade de respeitar os outros. Aos meus irmãos, porque sempre apoiaram as minhas decisões.

Ao meu namorado, porque iniciámos e concluímos este longo caminho juntos, e foi desde sempre o meu maior e o melhor apoio.

À família, que sempre me ajudou e sempre acreditou que eu seria capaz, em especial às minhas estrelinhas que embora longe, eu sei que estão sempre a olhar por mim.

Aos amigos, poucos, mas bons que ficarão para sempre guardados num cantinho muito especial.

À minha orientadora Professora Filomena Gomes, pelo tempo em que me acompanhou como professora e como orientadora, incansável e dedicada, bem como a todos os outros professores, com os quais aprendi imenso, um muito obrigado a todos.

Por fim, e não menos importantes, quero agradecer à melhor equipa de trabalho que alguma vez conheci, a todos os colaboradores da Agência Guarda-Bonfim e de uma forma muito especial ao meu tutor Dr. Artur Bidarra sempre disponível, e à Ana e à Teresa por toda a ajuda e confiança. Obrigado a todos, adorei fazer parte da vossa equipa.

Índice Geral

Introdução	1
------------------	---

Capítulo I: Grupo Santander

1.1. O Grupo Santander	2
1.2. História.....	3
1.3. A Marca	5
1.3.1.Plano de imagem e marca 2006-2009	6
1.4. Modelo de negócio do Santander.....	7
1.4.1. Orientação Comercial.....	7
1.4.2. Eficiência.....	8
1.4.3. Diversidade geográfica.....	8
1.4.4. Prudência de Riscos	10
1.4.5. Disciplina de capital e solidez financeira.....	11
1.5. Objectivos do Grupo para o Futuro	11
1.6. Santander em Portugal	13
1.7. A agência Guarda-Bonfim	14

Capítulo II: Produtos e Serviços do Santander Totta

2.1. Contas	16
2.1.1. Conta DO Particulares.....	16
2.1.2. Conta Fácil	17
2.1.3. Conta Accionista	17
2.1.4. Super Conta Ordenado/ Super Conta Ordenado <i>Premium</i>	18
2.1.5. Super Conta Residentes no Estrangeiro	19
2.1.6. Super Conta +55.....	19

2.1.7. Segmento Júnior/Jovem	19
2.1.8. Soluções Integradas Santander Totta (Nova Campanha)	21
2.2. Cartões	22
2.2.1. Cartões de débito	22
2.2.2. Cartões de Crédito	24
2.2.3. Cartões <i>Premium</i>	27
2.3. Contas de Rendimento e Poupança	28
2.3.1. Super Poupança Ídolos	28
2.4. Depósitos a Prazo	28
2.4.1. Depósito a Prazo <i>Netbanco</i>	29
2.4.2. Depósito a Prazo Crescente	29
2.4.3. Depósitos a Prazo Triunfador	30
2.4.4. Depósito Especial Jovem	31
2.5. Seguros	31
2.5.1. Plano Vida	31
2.5.2. Plano Protecção Emprego	32
2.5.3. Plano Protecção Ordenado	33
2.6. Canais Complementares	33
2.6.1. <i>Netbanco</i>	33
2.6.2. Superlinha	34
2.7. Créditos	34
2.7.1. Crédito Habitação	35
2.7.2. Crédito Pessoal	35
2.8. Protocolos	36

Capítulo III: Actividades Desenvolvidas

3.1. Terminal Financeiro	37
--------------------------------	----

3.2. Atendimento Telefónico	37
3.3. Manutenção e Consulta de Dados do Clientes.....	37
3.4. Contacto Telefónico.....	38
3.5. Atendimento ao público	39
3.6. Abertura e Manutenção de Contas	40
3.7. Colocação de Cartões.....	41
3.8. Comercialização e Constituição de Depósitos a Prazo	41
3.9. Comercialização e Constituição de Seguros	42
3.10. Canais Complementares	43
3.11. Créditos.....	43
3.12. Elaboração de Correspondência.....	44
3.13. Digitalização por <i>E-mail</i>	44
3.14. Verificação e Envio de Documentação para CÔA	45
3.15. Ordenado Real	45
3.16. Dinamização de Protocolo	46
3.17. Recepção do Excelentíssimo Presidente do Santander Totta	46
 Conclusão	 48
Bibliografia.....	49
Anexos	

Índice de Figuras

Figura 1- Logótipo Santander Totta	6
Figura 2- Organograma - Colaboradores da Agência.....	15

Índice de Tabelas

Tabela 1- Grupo Santander na América	9
Tabela 2- Grupo Santander na Europa	10
Tabela 3- Cartões de Débito	23
Tabela 4- Cartões de Débito_Segmento Jovem.....	24
Tabela 5- Cartões de Crédito I.....	25
Tabela 6- Cartões de Crédito II	26
Tabela 7- Cartões <i>Premium</i>	27

Glossário de termos técnicos

A

Accionistas – É um sócio capitalista, aquele que pode ou não participar na gestão da sociedade (dependendo do tipo de sociedade) e que tem capital da mesma.

C

Capital – Quantidade de dinheiro transaccionado.

Captação – Obtenção, atracção; aproveitar em proveito próprio.

Comissão – Encargo cobrado ao cliente, pela instituição bancária.

Crédito – Empréstimo; Dívida activa; Contrato celebrado com a instituição bancária para adiantamento de dinheiro.

Cross-selling – Outros produtos adquiridos pelos clientes que visam a sua fidelização.

D

Débito – Dívida ou registo de quantia paga.

Descoberto Autorizado – Empréstimo autorizado e disponibilizado pela instituição bancária.

Domiciliação de Ordenado – Fazer fixar, ou seja, aplicar remuneração por um determinado período de tempo.

E

Euribor – *Euro Interbank Offered Rate*; Taxa de juro.

F

Fidelizar – Tornar um cliente fiel, leal e seguro para com a instituição bancária e consequentemente com a marca Santander.

L

Liquidez – Capacidade de dispor de dinheiro, ou algo que facilmente se possa converter em moeda.

M

Mobilização – Mover; Colocar em circulação.

N

Negócio – É uma transacção comercial entre entidades.

P

Poupanças – Acto ou efeito de poupar; guardar; amearhar dinheiro ou bens.

Premium – Segmento de clientes que representa maior volume de negócio.

Private – Segmento privado.

Q

Quota de Mercado – Proporção da participação de mercado, por parte de uma organização.

R

Recursos – Dinheiro, aplicações.

Rendibilidade – Lucro obtido através de; Lucro originado de capital investido.

Retenção – Fixação; Manter-se como cliente da instituição.

S

Spread – É a diferença entre a taxa de juro paga pela instituição bancária na captação do dinheiro e a que é cobrada aos clientes.

T

Tomador de Seguro – Aquele que é assegurado.

V

Vinculação – Fidelização, ligação.

Glossário de Siglas

A

ATM – *Automatic Teller Machine*; máquina multibanco; máquina bancária automática, que permite desenvolver actividades ligadas à instituição bancária, através de um sistema automático e de um cartão.

N

NIB – Número de Identificação Bancária

T

TAN – Taxa Anual Nominal

TANB – Taxa Anual Nominal Bruta

TANL – Taxa Anual Nominal Liquida

Introdução

Este relatório surge no âmbito de um estágio realizado na agência Guarda-Bonfim do Banco Santander Totta, para conclusão do curso de Comunicação e Relações Económicas.

A minha escolha de estágio numa agência Santander Totta, foi devida à posição de destaque que este Banco apresenta quer em Portugal, quer em outros países do Mundo, o que poderia resultar numa mais-valia tanto ao nível de realização profissional, como de interacção pessoal.

A agência onde estagiei, conta com mais de dezoito anos de actividade bancária, uma vasta gama de produtos e serviços e uma equipa muito profissional e organizada, à disposição dos inúmeros segmentos de clientes de que dispõe.

Após concluído o estágio curricular, na que para mim se revelou uma excelente agência bancária, é agora altura de rever todas as experiências vividas e os mais importantes pontos de aprendizagem e actuação.

Este relatório será constituído por três capítulos e diversos pontos que os constituem.

O primeiro capítulo ao qual atribuí o nome de “Grupo Santander”, onde menciono aspectos relacionados com o grupo e com a agência onde realizei o meu estágio curricular.

O segundo capítulo dos quais fazem parte todos os produtos com que tive maior contacto durante o período de estágio.

O terceiro e último capítulo onde são referidas as principais actividades por mim desenvolvidas na agência e algumas das gratificantes e compensadoras experiências.

Estas actividades foram realizadas de acordo com o plano de estágio (Anexo I).

A metodologia de trabalho utilizada para a elaboração deste relatório foi a pesquisa e recolha de informação bibliográfica, em manuais da instituição e na *Internet*.

Capítulo I: Grupo Santander

1.1. Valores

O Grupo Santander ocupa uma posição única na banca internacional, com uma sólida base de negócios e um elevado grau de diversificação ao nível geográfico.

O Santander conta com 169.460 profissionais (Santander, 2009: 22) em todo o mundo, formados e motivados de forma a colocarem o cliente no centro da sua actividade no Grupo.

Este Grupo adopta uma estratégia de gestão de pessoas que assenta nos objectivos (Santander, 2009: 22) seguintes:

- Desenvolver competências profissionais de directivos e líderes de forma a enfrentar os desafios futuros.
- Atrair e fidelizar profissionais dotados do maior talento, como empregador de referência internacional.
- Reforçar a cultura corporativa e transmitir o conhecimento estratégico ao longo de toda a organização.
- Contar com ferramentas e processos que facilitem a gestão de recursos humanos.

Conta com mais de 92 milhões de clientes em todo o mundo (Santander, 2009: 22), dos quais procura ver satisfeitas as suas necessidades, oferecendo uma vasta gama de produtos e serviços financeiros.

Para que toda esta diversidade seja possível, como o cliente é o eixo mais valorizado pelo Santander, este rege-se pelos seguintes valores corporativos (Santander, 2009: 18):

- **Dinamismo:** Agir com iniciativa, agilidade e por antecipação, de forma a descobrir e fomentar oportunidades de negócio antecipando-se aos Bancos concorrentes, tendo sempre em conta a flexibilidade necessária para a adaptação às mudanças de mercado.
- **Solidez:** A solidez e a prudência na gestão de riscos são as melhores garantias da capacidade de crescimento e da produção de valor para accionistas a longo prazo.
- **Liderança:** Vocação de liderança com as melhores equipas e uma orientação focada constantemente para o cliente e para os resultados.
- **Inovação:** Procura constante da satisfação das novas necessidades dos clientes, através de novos produtos e serviços que se enquadrem no perfil dos mesmos, permitindo a obtenção de aumentos de rendibilidade superiores aos dos concorrentes.
- **Orientação comercial e ética profissional:** Estratégia de melhoria contínua na captação, satisfação e vinculação de clientes, oferecendo uma ampla gama de produtos e serviços bem como, uma maior qualidade de serviços.

1.2. História

Em 1857, a Rainha Isabel II assinou o Real Decreto que autorizou a constituição do Banco de Santander. Este foi um banco aberto ao exterior. Inicialmente estava mais ligado ao comércio realizado no porto de Santander, no norte de Espanha e na América Latina.

Entre 1900 e 1919, o Banco Santander aumentou o seu capital e a sua rentabilidade destacando-se da maioria das empresas de crédito espanholas da época.

Entretanto, são fundados o “Banco Hispanoamericano” em 1900, o Banco “Español de Crédito” em 1902 e o Banco “Central” em 1919, os três grandes bancos espanhóis que, com o passar do tempo, vieram a ser integrados no Santander.

Emilio Botín Sanz de Sautuola y López, em 1934, é nomeado director geral do Santander, assumindo a presidência do mesmo em 1950.

É criado o Departamento Ibero-americano do Banco, já no ano de 1956 e, um ano depois, ao celebrar os 100 anos de existência, o Banco de Santander tinha-se tornado na sétima mais importante entidade financeira de Espanha.

A aquisição em 1976 do First Nacional Bank de Porto Rico e do *Banco* Español-Chile, em 1982, tornam o Santander no pioneiro da banca comercial nos países Ibero-Americanos.

Em 1985 é constituído o Banco Santander de Negócios em Espanha, para desenvolver as actividades de banca de investimentos e atender especialmente grandes clientes.

Em 1994, a aquisição do “Banco Español de Crédito” (Banesto) converte-se num facto de grande transcendência para a história do Santander, uma vez que lhe vai permitir situar-se no primeiro lugar do mercado espanhol.

Em Janeiro de 1999, dá-se a primeira grande fusão bancária na Europa, entre o Banco Santander e o Banco Central Hispano. Posteriormente, o Banco adquire em Portugal os grupos financeiros Totta e Açores, e Crédito Predial Português.

A partir do ano 2000, são integrados no Grupo “O Banespa”, do Brasil, o “Grupo Serfin”, do México, e o “Banco Santiago”, do Chile, consolidando a posição do Grupo.

Três anos depois, o Grupo constitui o “Santander Consumer”. Esta nova franquia de banca de consumo está presente hoje em 12 países europeus (Espanha, Reino Unido, Portugal, Itália, Alemanha, Holanda, Polónia, República Checa, Áustria, Hungria, Noruega e Suécia).

Em 2006, o Santander obtém resultados de destaque, os maiores obtidos por qualquer empresa espanhola, impulsionando um forte investimento na banca, direccionado aos clientes e à melhoria da qualidade dos serviços.

Em 2007, o Santander celebra o seu 150º aniversário, sendo o décimo segundo banco do mundo em capitalização bolsista e o sétimo em lucros.

O Grupo Santander, em 2008, continuou a crescer, realizando importantes aquisições num mercado estratégico, como é o caso do Reino Unido. Estas aquisições resultaram, em que o Santander atingisse um total de 1300 agências no país, convertendo-se no terceiro banco do mundo por resultados.

Em 2009, o Santander entra no negócio da banca comercial nos EUA, com a aquisição do “Sovereign”, que conta com 722 agências no nordeste dos EUA.

(Toda a informação do ponto “1.2. História”, foi consultada em: www.santander.com)

1.3. A Marca

A marca Santander representa a essência, personalidade e valores que tornam único o Santander. O dinamismo, a solidez, a inovação, a liderança, bem como, a orientação comercial e a ética profissional, são algumas das palavras-chave que traduzem o Grupo Santander.

Santander é uma marca guarda-chuva que centraliza a identidade do Grupo e expressa uma cultura corporativa, um relevante posicionamento internacional e uma forte identidade em todo o Mundo.

A marca Santander tem-se revelado líder, forte e atractiva, ao apostar num posicionamento único ao longo dos mercados onde o Banco está presente. Como resultado, esta está compreendida entre as cem melhores marcas globais, inspirando qualidade, satisfação, confiança e credibilidade junto do seu público (analistas, accionistas, clientes e sociedade em geral).

A chama, a cor vermelha e o nome, “Santander”, compõem a sua identidade visual. Cada um destes símbolos que resultam do logótipo, têm um significado (Figura 1):

- Podemos identificar um “esse” que se transforma em chama, transmitindo luz, transparência, calor e proximidade tão próprio do relacionamento do Banco Santander com o seu público.
- A cor vermelha que representa a fortaleza, valentia, energia, robustez e dinamismo, todas estas características próprias de um grupo associado a uma história de êxito, “O Grupo Santander”.
- O nome “Santander” simboliza a origem e o percurso de êxito percorrido pelo Grupo.
- A filosofia e a forma como o Santander vê o Mundo que o rodeia, está expresso numa mensagem que acompanha sempre a marca, “O Valor Das Ideias”.

Figura 1 – Logótipo Santander Totta



Fonte: www.santandertotta.pt

1.3.1.Plano de imagem e marca 2006-2009

Em 2009, foi concluído o Plano de Imagem e Marca 2006-2009, que visava consolidar o Banco entre as dez primeiras marcas financeiras do Mundo. Nos dias de hoje, encontra-se entre as três primeiras.

Uma das técnicas utilizadas pelo Grupo Santander para impulsionar e potenciar o negócio junto de clientes e não clientes, é o recurso aos patrocínios corporativos. Estes funcionam como uma plataforma ideal para a unificação da imagem global do Banco e para o seu posicionamento internacional.

O Santander concluiu o seu terceiro ano de patrocínio da escudaria Vodafone *McLaren Mercedes*, e o segundo ano como patrocinador da Taça Santander Libertadores. O retorno dos patrocínios continua a ser muito rentável, quatro euros por cada euro investido (Santander, 2009: 46).

O patrocínio da Fórmula 1 revelou-se vantajoso, na medida em que veio aumentar a notoriedade do Santander em mercados fundamentais tais como: o Reino Unido, o Brasil e a Alemanha, e potenciar a solidez e liderança do Banco.

Com o patrocínio da Taça Santander Libertadores, o Banco adquiriu uma imagem mais sólida na América Latina, destacando o Santander, como uma empresa líder e mais próxima.

1.4. Modelo de negócio do Santander

Um modelo de negócio centrado no cliente permite ao Santander ter uma grande recorrência nos seus resultados.

1.4.1. Orientação Comercial

O cliente é parte central do modelo de negócio do Banco Santander, que tem como clientes principais, os particulares, autónomos, pequenas e médias empresas e as grandes corporações.

As relações mais duradouras produzem-se e mantêm-se nos balcões, sendo que o Santander conta com cerca de 13.660 balcões (Santander, 2009: 22), a maior rede de sucursais da banca internacional.

O Santander serve 92 milhões de clientes em todo o mundo, distribuídos por diversas áreas geográficas, tais como: 29% na Europa Continental, 27% no Reino Unido e 43% na América. No passado ano de 2009, o número de clientes vinculados cresceu cerca de 5%, até mais de 26 milhões de clientes. (Santander, 2009: 22)

A qualidade do serviço e a centralização no cliente são as principais prioridades do Santander. Esta postura tem-se revelado positiva uma vez que 90,8% dos clientes da área comercial declara estar satisfeito, o que resulta numa maior vinculação e fidelidade, originando uma maior receita por cliente. (Santander, 2009: 23)

A vasta gama de produtos e serviços financeiros disponíveis e a constante antecipação e dinamismo no momento de lançar novos produtos são os principais responsáveis pelo sucesso e prosperidade do Banco Santander.

1.4.2. Eficiência

A eficiência passa por transformar poupanças de custo em maior valor. O Santander conta com uma plataforma tecnológica e de operações de vanguarda, que permite conhecer as necessidades financeiras dos clientes ao pormenor, concentrando todos os recursos na atenção para com o cliente de forma a atingir uma elevada produtividade comercial.

O Santander está cada vez mais a apostar na integração tecnológica e operativa de todas as unidades, o que permite a criação de valor através de sinergias e poupanças de custos. A experiência adquirida pelo Banco nos últimos anos veio permitir que estes processos de integração sejam executados de uma forma rápida e eficaz.

Todas estas contínuas melhorias, traduzem um maior valor acrescentado para o cliente, uma vez que a poupança de custos permite, de entre outras decisões tomadas pelo Banco, o eliminar de comissões cobradas aos clientes. Nos dias de hoje, o Banco disponibiliza aos seus clientes diversos produtos e serviços isentos de comissão, para além de muitas outras vantagens aplicáveis essencialmente a clientes vinculados.

1.4.3. Diversidade geográfica

O Santander destaca-se pela diversidade geográfica, dispondo de uma posição de liderança em nove dos principais mercados: México, Chile, Brasil, Argentina, EUA, Reino Unido, Alemanha, Portugal e Espanha.

Para além destes países, o Grupo Santander mantém negócios de banca comercial com outros países tais como: Colômbia, Peru, Porto Rico, Uruguai, Noruega, Suécia, Finlândia, Dinamarca, Holanda, Bélgica, Polónia, Áustria, Suíça e Itália.

Na América, mais especificamente na América Latina, o País que mais relevância tem no Grupo Santander é o Brasil (Tabela 1). Este conta com 22,4 milhões de clientes. Só neste país o Santander conta com 50.961 empregados e 3.593 agências. (Santander, 2009: 24)

Este conjunto de agências representa 10% da quota de mercado do Grupo Santander, no que diz respeito a créditos, depósitos e fundos de investimento. (Santander, 2009: 25)

No ano de 2007, o Santander duplicou a sua presença no Brasil com a compra do “Banco Real”. Esta operação contribuiu para posicionar o Banco como a terceira entidade financeira do Brasil por créditos e depósitos de clientes.

O México e o Chile são dois dos países também pertencentes à América Latina que representam 15% e 19% respectivamente, da quota de mercado do grupo, apesar de contarem com menor número de clientes, agências e, consequentemente, empregados.

Tabela 1- Grupo Santander na América

	México	Chile	Brasil	Argentina	EUA
Clientes (milhões)	8,7	3,2	22,4	2	1,7
Agências	1.093	498	3.593	298	722
Empregados	12.466	11.751	50.961	5.780	8.847
Quota de Mercado	15%	19%	10%	10%	3%
Ranking	3º	1º	3º	1º	

Fonte: Adaptado de Grupo Santander, “Relatório de Actividades 2009”

Na Europa (Tabela 2), no que diz respeito a clientes, o país que mais se destaca é o Reino Unido, que detém 25,6 milhões de clientes. No entanto, o país que representa maior quota de mercado relativa a crédito, depósitos e fundos de investimento é Espanha, país onde este grupo teve origem, que representa 16%. Este é também o país onde existe um maior número de agências tanto ao considerarmos a Europa, como a América, continentes com presença significativa do grupo.

No que diz respeito a financiamento ao consumo, o Santander mantém quotas de mercado elevadas em Espanha, Alemanha, Itália e Polónia.

Tabela 2- Grupo Santander na Europa

	Reino Unido	Alemanha	Espanha	Portugal
Clientes (milhões)	25,6	6	14,7	1,9
Agências	1.322	144	4.865	763
Empregados	22.949	3.336	33.262	6.294
Quota de Mercado	10%	15%	16%	10%
<i>Ranking</i>	3º	1º	1º	4º

Fonte: Adaptado de Grupo Santander, “Relatório de Actividades 2009”

O Grupo Santander conta então, com uma posição geográfica equilibrada dividida entre mercados maduros que apresentam já um modelo de negócio sólido, e mercados emergentes, para os quais é necessário construir uma franquia comercial sólida.

1.4.4. Prudência de Riscos

A prudência de riscos tem vindo a acompanhar o Banco Santander durante os seus mais de 150 anos de história o que tem sido valoroso para o crescimento dos seus resultados e para gerar valor para o accionista.

Toda a organização do Grupo Santander está envolvida na gestão de riscos de tal forma que esta gestão passa desde a operação diária dos balcões, onde os próprios gestores têm objectivos de riscos, até ao conselho de administração. Este conselho de administração determina cinco dos seus vogais que se encarregam da gestão de riscos, reunindo cerca de 250 horas por ano.

Por se encontrar muito próximo do cliente, o Santander consegue um maior conhecimento dos seus riscos, o que permite interagir com rigor e antecipação na admissão, acompanhamento e recuperação dos riscos contraídos.

1.4.5. Disciplina de capital e solidez financeira

Os critérios estratégicos e financeiros aplicados pelo Santander para novas aquisições são muito rigorosos.

A maior parte dos créditos é financiado pelo Santander recorrendo aos depósitos dos clientes pois mantém um amplo acesso ao financiamento de grandes clientes e conta com diversidade de instrumentos e mercados para obter liquidez.

No Banco Santander, a supervisão financeira tem que ser rigorosa, próxima e com capacidade de antecipação.

Não se deve descurar áreas de extrema importância como o capital, a liquidez, a constante melhoria da solidez e da resistência do sistema evitando distorções competitivas. No entanto, deve ser feito de forma moderada para não haver exagero e limitar o fluxo de crédito para a economia.

1.5. Objectivos do Grupo para o Futuro

Adivinha-se um Futuro com um moderado crescimento económico e uma maior exigência reguladora e supervisora na banca.

O Santander pretende manter a sua robustez financeira, garantindo a máxima rendibilidade aos seus accionistas e os melhores produtos e serviços aos seus clientes.

Tem como objectivo principal contribuir para o crescimento económico e reforçar o compromisso para com os países onde o Grupo está presente.

Como tal, o Grupo Santander tem como objectivos futuros (Santander, 2009: 8):

- Reforçar os mecanismos de supervisão de forma a melhorá-la;
- Vincular os maiores requisitos de capital às actividades de maior risco;
- Identificar as verdadeiras fontes do risco sistémico, sem nunca penalizar as empresas em função do seu tamanho;
- Evitar as distorções competitivas entre os diferentes mercados.

O Grupo vê como uma oportunidade, a possibilidade de construir um sistema financeiro com maior solidez, estabilidade e eficiência, capaz de resistir a possíveis adversidades, como foi o caso da crise global superada.

Os objectivos a que o Banco se tinha proposto anteriormente foram superados, uma vez que devido a uma gestão activa e global da marca, reforçando a sua imagem, a marca financeira Santander destacou-se como a terceira mais valorizada do mundo.

As perspectivas do Grupo para os próximos anos são excelentes, uma vez que é nestes momentos que as empresas sólidas e bem geridas marcam a diferença num mercado tão competitivo.

1.6. Santander em Portugal

O Santander entrou em Portugal no ano de 1988, adquirindo uma pequena participação do Banco de Comércio e Indústria (BCI). Já em 1998, dez anos depois, o BCI dá lugar ao Banco Santander Portugal.

Em Abril de 2000 o Grupo Santander adquiriu o Totta passando a deter cerca de 10% da quota de mercado. (Santander Totta, 2009: 22)

Tendo sempre como base a qualidade de serviço, optou-se por focar essencialmente o negócio bancário, definindo metas rigorosas na gestão de custos e posteriormente no aumento substancial das receitas.

O Santander foi o primeiro grupo financeiro em Portugal a obter a certificação global de qualidade.

Presentemente, o Santander Totta conta com 1,9 milhões de clientes que são “o eixo fundamental do modelo de negócio do Santander Totta”. (Santander Totta, 2009: 18)

Ao longo do ano de 2009, e durante o presente ano, o Santander Totta continua a sua estratégia centrada no cliente, focando a sua orientação comercial essencialmente na captação e retenção de recursos, na gestão de *spreads* de crédito, na dinamização da área de negócios e no controlo de crédito vencido.

Para que toda esta estratégia resulte o Santander Totta conta com 763 balcões (Santander Totta, 2009: 13) distribuídos por todo o país, que representa cerca de 10% de quota de mercado no sistema bancário português.

Com o objectivo de aumentar a proximidade com os clientes e lhes proporcionar um serviço mais personalizado e específico, o Santander Totta tem vindo a apostar no segmento *Private* (segmento privado) e, embora mais recentemente, no segmento *Premium* (segmento de clientes com maior volume de negócio).

Estes dois segmentos *Premium* e *Private*, geridos de forma a aproveitar sinergias permitiram uma adequada segmentação de clientes e ofertas mais direccionadas.

Para que o Banco Santander resulte num banco dinâmico, sólido e líder, a qualidade é a palavra-chave no que diz respeito aos serviços disponibilizados. Assim sendo, o Grupo desenvolve o seu compromisso com a qualidade de serviço e excelência no atendimento, procurando sempre a melhor forma de ver satisfeitos e fidelizados os seus clientes.

Ao surgirem reclamações o Santander tenta a sua resolução de forma mais imediata possível, considerando-as uma importante fonte de detecção de potenciais problemas e reais oportunidades de melhorar a relação com os clientes, bem como de fidelizar os mesmos.

O Santander em Portugal prima por consolidar constantemente a sua base de clientes por segmentos e por adequar a simplicidade dos produtos oferecidos, ao cliente, ao seu posicionamento e ao contexto de mercado.

1.7. A agência Guarda-Bonfim

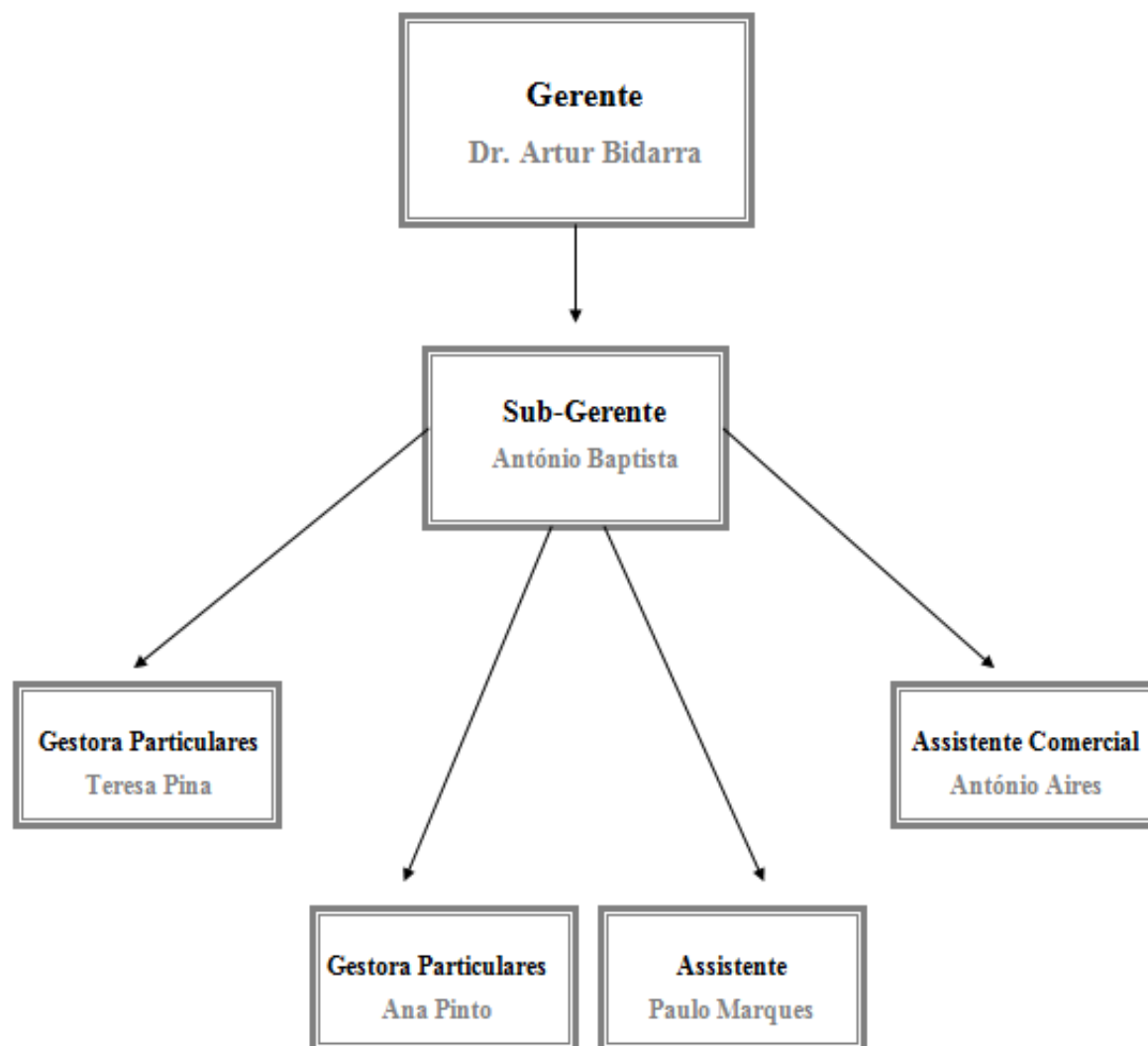
A agência Guarda-Bonfim está localizada numa zona periférica muito próxima do centro da cidade, onde se destaca ainda o comércio tradicional. Esta é a agência mais antiga e tem mais de dezoito anos de serviço. A esta agência foi atribuído o código “0244”.

A agência conta com seis colaboradores, incluindo o director de balcão (Gerente) e detém aproximadamente 8234 clientes activos (consulta em terminal financeiro), aos quais se dedicam diariamente. Esta equipa representa um forte espírito de grupo, que contagia todos os que por ali passam.

Da equipa fazem parte o Gerente, o Sub-Gerente, duas Gestoras de Particulares, um Assistente Comercial e um Assistente que exerce também funções de caixa (Figura 2).

Existe um enorme esforço, por parte de cada um dos colaboradores, em desempenhar as tarefas da melhor forma, definindo sempre como prioritário o cliente e a sua relação com a agência e o Grupo Santander Totta.

Figura 2 – Organograma - Colaboradores da Agência



Fonte: Elaboração própria

Capítulo II: Produtos e Serviços do Santander Totta

2.1. Contas

Quando os profissionais do Santander recebem no seu balcão um cliente ou potencial cliente do banco, é necessário adaptar a vasta gama de produtos existentes às características do indivíduo.

Este processo é um passo muito importante quando de uma abertura de conta pela primeira vez, ou simplesmente para a manutenção de uma conta já existente.

O primeiro passo é tentar em poucos minutos perceber qual o tipo de conta que mais se adequa ao perfil do cliente. Devemos ter em conta quais as intenções do cliente, que tipo de relação este cliente detém com o nosso banco e com outras instituições financeiras, qual a sua idade, situação laboral, se existe a possibilidade de captação de recursos para aplicação, entre outros.

Depois de perceber quais as necessidades e exigências do cliente, basta fazer a abertura de conta e apresentar os restantes produtos que podem ser favoráveis, centrando sempre a atenção na satisfação global do cliente e na captação de recursos para o Banco.

2.1.1. Conta DO Particulares

Esta tipologia de conta é aquela que serve como base de partida para que o cliente possa aceder a todos os produtos e serviços disponibilizados pelo banco. Está acessível a todos os clientes, mesmo que sejam emigrantes e residentes no estrangeiro.

Quando a vontade expressa do cliente é abrir uma conta à ordem, a primeira hipótese é confrontar o cliente com uma DO (Depósitos à Ordem) particulares, uma vez que tem como modalidade o depósito à ordem.

Esta é uma conta sem mínimo estabelecido de abertura, sem taxa de remuneração aplicável e com despesas de manutenção. (Anexo II)

A abertura desta conta possibilita ao cliente beneficiar de uma série de outros produtos e serviços disponibilizados, tais como: acesso à oferta de cartões de débito e crédito, acesso a domiciliações de pagamentos de serviços, e a adesão gratuita a serviços como a Superlinha e o *Netbanco*.

2.1.2. Conta Fácil

Esta é uma tipologia de conta que apenas é utilizada, quando o cliente se mostra interessado em beneficiar apenas de uma conta para movimentar dinheiro e de um cartão de débito.

Poucas vezes são atribuídas ao cliente este tipo de conta uma vez que a Conta Fácil, tem um conjunto de características muito próprias (Anexo III), que só devem ser disponibilizadas a clientes que apenas necessitem de serviços mínimos.

O mínimo estabelecido para a abertura da Conta Fácil é de 50 € e o cliente fica isento de despesas de manutenção, se apenas e só, adquirir um cartão de débito, o serviço de Banca Telefónica e *NetBanco*, e um cartão recarregável. Caso contrário, se o cliente pretender usufruir de outros produtos passará a ter inerentes despesas de manutenção, passando a usufruir de uma Conta DO.

2.1.3. Conta Accionista

A Conta Accionista é uma conta que apenas se encontra disponível para os accionistas do Banco, disponibilizando aos mesmos uma panóplia de vantagens relativas a produtos e serviços (Anexo IV). Para que o accionista possa usufruir das vantagens desta conta basta que este seja titular de, pelo menos, 100 acções do Banco Santander Central Hispano depositadas no Santander Totta.

2.1.4. Super Conta Ordenado/ Super Conta Ordenado *Premium*

Estas são duas tipologias de conta indicadas para clientes que se disponham a efectuar a domiciliação do seu ordenado.

Ao efectuarem a domiciliação do ordenado mensal na conta, usufruem de um descoberto autorizado, que por defeito corresponde a 100% do ordenado líquido mensal, podendo este ser diminuído pelo balcão.

A Super Conta Ordenado (Anexo V) é atribuída ao cliente que apresenta ordenado domiciliado (líquido) no valor mínimo de 375 €, sendo trabalhador activo por conta de outrem/Profissionais Liberais/Empresário em nome individual, ou um mínimo de 300 € para Pensionistas/Reformados.

O mínimo estabelecido para a abertura de conta é de 0 €, uma vez que deve ser disponibilizado no acto de abertura de conta, ao cliente, um documento onde consta o NIB (Número de Identificação Bancária) o nome da instituição empregadora e o Banco para onde deverá ser feita a transferência ou depósito do ordenado do cliente em questão.

O cliente beneficia de um limite máximo de descoberto autorizado por domiciliação de ordenado com valor máximo de 1750 €, Permitindo também ao cliente beneficiar de um descoberto autorizado por saldo de recursos, igual a 50% do saldo pontual de recursos do cliente (Passivo+Intermediação+Títulos).

A Super Conta Ordenado *Premium* (Anexo VI) é atribuída a clientes Premium que apresentem ordenado domiciliado (líquido) no valor mínimo de 1500 €, sendo este trabalhador activo por conta de outrem/Profissionais Liberais/Empresários em nome individual.

Esta conta tem um montante mínimo de abertura de 0 €, e possibilita um limite máximo de descoberto autorizado por domiciliação de ordenado correspondente a 3500 €.

Com este tipo de conta o cliente Premium beneficia também de um descoberto autorizado por saldo de recursos, igual a 50% do saldo pontual de recursos do cliente (Passivo+Intermediação+Títulos).

2.1.5. Super Conta Residentes no Estrangeiro

A Super Conta Residentes no Estrangeiro, como o próprio nome indica é destinada a todos aqueles clientes que residem no estrangeiro e que querem deixar seguras as suas contas em Portugal (Anexo VII).

2.1.6. Super Conta +55

A Super Conta +55, oferece condições semelhante às oferecidas pela Super Conta Ordenado, descrita anteriormente, no entanto é vocacionada exclusivamente para a domiciliação da reforma/pensão (Anexo VIII).

2.1.7. Segmento Júnior/Jovem

2.1.7.1. Conta a crescer

A Conta a Crescer é dirigida a todos os pais que queiram aplicar desde muito cedo o dinheiro dos seus filhos.

À semelhança de outras contas para menores, a Conta a Crescer não paga despesas de manutenção e portes. Beneficia de um Seguro de Responsabilidade Civil Familiar, gratuito no primeiro ano, que cobre até 5000 €.

Durante o primeiro ano e para contas novas, remuneração do saldo existente na conta a uma taxa anual nominal (TANB) de 4%, com um máximo de 5000 €. Oferta do Cartão Crescer e de um cartão recarregável válido por dois anos.

2.1.7.2. Já ká Konta / Já ká Konta Júnior

A Já Ká Conta, tem como cliente alvo todos os adolescentes entre os 14 e os 20 anos de idade e a Já Ká Conta Júnior é dirigida a todos os menores com idade compreendida entre os 10 e os 13 anos.

Qualquer uma destas contas funciona como uma conta mesada à ordem, em que o menor é representado pelos pais/tutores. No caso da Já Ká Konta, em que o cliente seja maior de idade, poderá ser o próprio a abri-la e a movimentá-la.

O montante mínimo de abertura de qualquer uma destas contas é de 25 € e não são aplicadas despesas de manutenção.

O jovem poderá ainda beneficiar do cartão Já Ká Conta (cartão de débito), com o qual poderá movimentar a sua conta, sendo que se este for menor é imprescindível a autorização dos representantes legais.

Todas as transferências nacionais são gratuitas, desde que realizadas através de *NetBanco*, *Mobile Banking*, Superlinha ou equipamentos de ATM (*Automatic Teller Machine*).

Para contas novas o Santander oferece, durante o primeiro ano, remuneração do saldo existente na conta a uma taxa de 4% (TANB), com um máximo de 5000 €.

2.1.7.3. Super Conta Estudantes Universitários

A Super Conta Universitários é uma conta dirigida a estudantes universitários com idade igual ou superior a 18 anos.

Esta é uma conta de depósito à ordem (Anexo IX), não remunerada, com características semelhantes a uma conta DO Particulares, no entanto, é isenta de despesas de manutenção e permite um montante mínimo de abertura de 5 €.

Está normalmente associada a promoções ou *Pac's* com ofertas destinadas ao segmento universitário.

2.1.8. Soluções Integradas Santander Totta (Nova Campanha)

2.1.8.1. Super Conta Ordenado Global e Super Conta Global

A Super Conta Ordenado Global (Anexo X) e a Super Conta Global, enquadram-se nos mesmos parâmetros que a Super Conta Ordenado.

Para além da isenção de comissões de cheques, transferências, despesas de manutenção, cartões, “netalertas” e portes, permite ao cliente usufruir de duas operações gratuitas em Bolsa por mês, abrangendo as despesas de expediente com títulos.

A Super Conta Ordenado Global e a Super Conta Global colocam ao dispor do cliente um pacote de seguros gratuitos, tais como:

- Seguro de Saúde (durante o primeiro ano);
- Seguro de Responsabilidade Civil (durante o primeiro ano);
- Seguro de Acidentes Pessoais (durante o primeiro ano);
- Assistência médica ao domicílio;
- Assistência técnica ao domicílio.

2.1.8.2. Super Conta Mesada e Super Conta Jovem

A Super Conta Mesada (Anexo XI) e a Super Conta Jovem (Anexo XII) são tipologias de conta que já existiam anteriormente. No entanto, a nova campanha Soluções Integradas, vem permitir aos clientes menores que o seu dinheiro da conta à ordem beneficie de uma TANB de 4% ao ano, num montante até 5000 €, sendo que os montantes superiores não serão remunerados.

Estas contas têm como segmento alvo, os menores entre os 0 e os 13 anos (Super Conta Mesada) e os adolescentes dos 14 aos 20 anos (Super Conta Jovem).

Ambas as contas são movimentadas pelos representantes legais, à excepção da Super Conta Jovem, sempre que o jovem tenha atingido a maioridade.

O montante mínimo de abertura é de 25 €, sendo qualquer uma destas tipologias de conta isentas de despesas de manutenção.

Ao constituir uma destas contas com um escalão inferior ou igual a 5000 €, o cliente beneficia de remuneração do saldo existente na conta com uma TANB de 4% ao ano.

2.2. Cartões

Um cartão é uma forma de pagamento electrónico e como tal, os cartões são os instrumentos de pagamento de bens e serviços mais utilizados em Portugal.

Cada cartão possui habitualmente um código secreto que o torna único.

2.2.1. Cartões de débito

O cartão de débito é habitualmente fornecido após a abertura de uma conta bancária. Este cartão permite movimentar o dinheiro presente na conta à ordem a este associada, quer através de caixa multibanco (ATM), quer em locais que aceitem este tipo de pagamento.

O cartão de débito serve também como um elemento de identificação de um cliente relativamente a um determinado Banco.

Na tabela 3 estão presentes os dois principais cartões de débito a atribuir aos clientes que têm associada uma conta à ordem.

Tabela 3- Cartões de débito

	Cartões de Débito	
		
Cartão	Novo Classic	Não Personalizado
Segmento Alvo	Todos os Particulares	Todos os Particulares que iniciam relação com o Banco
Taxa de Emissão	9,50 €	Gratuita
Anuidade	9,50 €	Gratuita
Renovação	Automática após 3 anos de validade	Automática após 1 ano de validade, pelo Novo Classic
Movimentação	Pagamentos, levantamentos e operações disponíveis nas redes Visa Electron e Multibanco	Pagamentos, levantamentos e operações disponíveis nas redes Visa Electron e Multibanco
Pacote de Seguros	Cobertura de Assalto em ATM	
Outras Características	Possibilidade de disponibilização de descoberto autorizado em DO; Personalização da imagem do cartão; Possibilidade de crédito	Para a sua utilização e movimentação é necessária a abertura de uma DO

Fonte: Elaboração própria de acordo com documentação do banco

Na tabela 4, estão presentes os cartões referentes ao segmento jovem.

Tabela 4- Cartões de débito_ Segmento Jovem

	Cartões de Débito_Segmento Jovem	
		
Cartão	Já há Conta	Novo Classic Universitário
Segmento Alvo	Cliente Particular Estudantes < 20 anos	Cliente Particular Titular de Conta Universitária
Taxa de Emissão	3,50 €	Isento
Anuidade	3,50 €	Isento
Renovação		
Movimentação	Pagamentos, levantamentos e operações disponíveis nas redes Visa Electron e Multibanco	Pagamentos, levantamentos e operações disponíveis nas redes Visa Electron e Multibanco
Pacote de Seguros		Cobertura de Assalto em ATM
Outras Características	Personalização da imagem do cartão	Possibilidade de disponibilização de descoberto autorizado em DO; Personalização da imagem do cartão




Fonte: Elaboração própria de acordo com documentação do banco

2.2.2. Cartões de Crédito

O cartão de crédito tem habitualmente o mesmo formato que o cartão de débito, podendo ser facilmente confundidos. Este cartão permite executar as mesmas operações que o cartão de débito, no entanto, oferece a modalidade de levantamento ou pagamento a crédito. Estão normalmente associados a ofertas, seguros, descontos, entre outros produtos que para além do factor crédito, os torna tão apelativos.

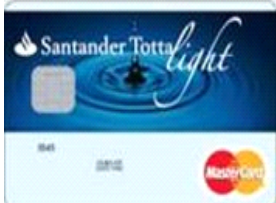


Nas tabelas 5 e 6, estão mencionados alguns dos cartões de crédito disponibilizados pelo Santander Totta. Através destas tabelas, obtemos algumas das características inerentes a cada um dos cartões e o segmento alvo a que cada um deles se destina.

Tabela 5- Cartões de Crédito I

	Cartões de Crédito		
			
Cartão	<i>Gold</i>	<i>Platinum</i>	<i>Titanium</i>
Segmento Alvo	Particulares que valorizam imagem e oferta de seguros	Clientes Private	Todos os Particulares
Taxa de Emissão	Visa: 65€ ; Mastercard: 75€	80 €	Gratuita
Anuidade	Visa: 65€ ; Mastercard: 75€	80 €	1º Titular 30 €; Outros Titulares 20€ ; Isento se fizer compras ou levantamentos a crédito >= 1500€, anterior à cobrança da anuidade
Renovação	Automática após 3 anos de validade	Automática após 2 anos de validade	Automática após 3 anos de validade
Opções de Pagamento	Pagamentos parciais de: 5%,15%, 25%, 50%, com mínimo de 10 €, ou 100% do saldo em dívida	Pagamentos parciais de: 5%,15%, 25%, 50%, com mínimo de 50 €, ou 100% do saldo em dívida	Pagamentos parciais de: 5%,15%, 25%, 50%, com mínimo de 25 €, ou 100% do saldo em dívida
Pacote de Seguros	Seguro de Viagem e Acidentes Pessoais; Utilização Fraudulenta; Responsabilidade Civil; Assistência Técnica Domicílio; etc	Seguro de Viagem e Acidentes Pessoais; Utilização Fraudulenta; Responsabilidade Civil; Assistência Técnica Domicílio; etc	Seguro de Ruído; Protecção às compras; Seguro de Acidentes Pessoais e Seguro de Assistência em Viagem
Outras Características		Parceria Europcar; Parceria Prosegur; Alertas SMS	Acesso ao Cartão Titanium Online

Fonte: Elaboração própria de acordo com documentação do banco

Tabela 6- Cartões de Crédito II




	Cartões de Crédito		
			
Cartão	<i>Light</i>	Desconto 5%	10.10 TSI
Segmento Alvo	Todos os Particulares	Todos os Clientes Particulares	Particulares que valorizam descontos em combustíveis e portagens
Taxa de Emissão			35 €
Anuidade			35€ em duas vezes, ou seja 17,50€ por semestre
Renovação	Automática após 3 anos de validade		
Opções de Pagamento	Pagamentos parciais de: 5%,15%, 25%, 50%, com mínimo de 25 €, ou 100% do saldo em dívida		
Pacote de Seguros	Seguro a assalto em ATM de 200€ (máximo 600€/Ano); Seguro por uso fraudulento de 5000€	Seguro de Protecção ao Crédito; Roubo/Extravio de Cartão	Seguro de assistência em viagem a pessoas veículos e ocupantes; Seguro de utilização fraudulenta
Outras Características	Pagamento de Serviços a Crédito; Alertas SMS: Clientes <i>Netbanco</i>	O Cliente recebe também, o cartão de débito Dia-a-Dia, totalmente gratuito	

Fonte: Elaboração própria de acordo com documentação do banco

2.2.3. Cartões *Premium*

Os cartões *Premium* são atribuídos aos clientes do segmento *Premium*, ou seja, aos clientes que representam um maior número de negócio no balcão.

Tabela 7- Cartões *Premium*

	Cartões <i>Premium</i>		
			
Cartão	Novo Classic <i>Premium</i>	Gold <i>Premium</i>	<i>Premium Travel</i>
Segmento Alvo	Clientes Particulares <i>Premium</i>	Clientes Particulares <i>Premium</i>	Clientes Particulares com DO, que viajam com Frequência
Taxa de Emissão			Gratuita
Anuidade	9,50€, Gratuita se facturação >= 600€/ano	65 €	65€ em duas vezes = 32,50 € por semestre
Renovação	Automática após 3 anos de validade	Automática após 3 anos de validade	Automática após 3 anos de validade
Movimentação/ Opções de Pagamento	Pagamentos em comerciantes aderentes às Redes Visa Internacional e Multibanco; Levantamentos, pagamentos, consultas, transferências e depósitos em ATM's	Pagamentos parciais de: 5%, 15%, 25%, 50%, com mínimo de 25 €, ou 100% do saldo em dívida	Pagamentos parciais de: 5%, 15%, 25%, 50%, 75%, com mínimo de 25 €, ou 100% do saldo em dívida
Pacote de Seguros	Cobertura de Assalto em ATM	Seguro de Acidentes Pessoais; Assistência em Viagem; Responsabilidade Civil; Assistência Técnica ao domicílio; Protecção às compras; Utilização Fraudulenta	Seguro de Acidentes em Viagem, Bagagem; Responsabilidade Civil; Assistência em viagem, ocupantes e veículo.
Outras Características	Possibilidade de personalizar cartão; Possibilidade de atribuição de descoberto autorizado em DO; Possibilidade de atribuição de um limite de crédito		
			Parceria com Europcar - 20% desconto

Fonte: Elaboração própria de acordo com documentação do banco

2.3. Contas de Rendimento e Poupança

No âmbito da campanha Soluções Integradas do Santander Totta, surge uma nova forma de aplicação de poupanças.

2.3.1. Super Poupança Ídolos

A Super Poupança Ídolos é uma poupança transaccional, também denominada de conta de rendimento e poupança, destinada à acumulação de poupanças (Anexo XIII). Esta modalidade de poupança é essencialmente para todos aqueles clientes que pretendem trazer recursos novos para o Banco. Assim sendo, todo o cliente que queira aplicar recursos novos com vista a poupança, tem ao seu dispor a Super Poupança Ídolos que permite beneficiar de uma TANB de 4% durante um ano, Taxa Anual Nominal Liquida (TANL) de 3,14%.

A Super Poupança Ídolos não tem mínimo estabelecido de constituição, no entanto abrange como máximo de recursos para aplicação 10.000 €. Para além da aplicação inicial, é estabelecido junto do cliente uma entrega mensal com o mínimo de 50 € e o máximo de 500 €.

O pagamento de juros ocorre mensalmente, sendo que o montante que resulta dos juros é incorporado no capital, excepto se o cliente decidir em contrário, ou seja, que o montante mensal relativo aos juros deve ser creditado na conta de depósito à ordem.

2.4. Depósitos a Prazo

Os Depósitos a Prazo são uma forma de o cliente aplicar dinheiro, sabendo que no final do prazo negociado irá obter juros resultantes dessa aplicação.

Neste tipo de aplicação cabe ao gestor e ao cliente, acertar mediante prazo e taxa de juro, qual o tipo de depósito a prazo que resultará mais conveniente, sendo que cada um dos DP's apresentados pelo Banco detém características distintas e facilmente adaptáveis ao perfil do cliente e ao montante em causa.

Os Depósitos a Prazo, são a aplicação ideal para clientes conservadores que não gostam de arriscar em produtos de risco.

2.4.1. Depósito a Prazo *Netbanco*

O Depósito a Prazo *Netbanco* exige constituição e movimentação exclusiva através do canal *NetBanco* (Anexo XIV). Como tal, apenas os clientes com adesão a este canal complementar podem usufruir deste tipo de depósito a prazo.

Cada cliente apenas pode ser titular de uma conta de depósitos deste tipo, para cada um dos prazos disponíveis.

O montante mínimo de constituição é de 250 € e o montante máximo é de 10.000 € por cada prazo.

O Depósito a Prazo *NetBanco* coloca ao dispor deste segmento de clientes os seguintes prazos de aplicação: 30, 90 ou 180 dias, sendo que, a taxa de juro de remuneração (TANB) aplicável depende da divulgada na Circular “Produtos de Passivo com Taxas Especiais” (documento de uso interno).

Este depósito, independentemente do prazo pelo qual foi constituído permite entregas adicionais e mobilização antecipada.

2.4.2. Depósito a Prazo Crescente

Este tipo de depósito pode ser constituído por 18 meses, três anos ou cinco anos e encontra-se ao dispor de todos os clientes do banco que respeitem o montante mínimo de constituição. Habitualmente e como é de mais fácil negociação, o depósito crescente mais aplicado é o Depósito Crescente 18 meses (Anexo XV).

O Depósito Crescente 18 meses, como o próprio nome indica, possibilita ao cliente beneficiar de uma taxa crescente, tendo em conta que no primeiro ano a TANB aplicada é de 1,25%, e nos restantes seis meses é de 2,75%.

Este tipo de depósito não carece de recursos novos, no entanto, não permite reforços e caso o cliente necessite de uma mobilização antecipada, parcial ou total, sofrerá uma penalização de 90 dias após a data da entrega ou da renovação do depósito.

2.4.3. Depósitos a Prazo Triunfador

Estes Depósitos a Prazo são aplicáveis apenas a elevados montantes, ou seja apenas podem beneficiar das taxas abrangentes por estes tipos de depósito, os clientes que queiram aplicar como montante mínimo 25.000 € (Anexo XVI).

Relativamente a esta tipologia de depósitos a prazo, o Santander apresentava aos seus clientes quatro modalidades distintas, tendo sempre em conta o facto de se tratar de depósito a prazo para captação ou depósito a prazo para retenção.

Para captação de recursos novos, o Santander Totta coloca ao dispor dos seus clientes, ou potenciais clientes o Depósito de Captação Triunfador+ e o Depósito de Captação Triunfador.

Os dois tipos de depósito, estabelecem como montante mínimo 25.000 € e montante máximo de 1.000.000 €.

O Depósito de Captação Triunfador +, para beneficiar de uma taxa bonificada de 4%, exige que o cliente cumpra com alguns requisitos estabelecidos, relativos ao saldo de Recursos e à aquisição de outros produtos, como por exemplo, domiciliação de ordenado, seguro Plano Vida, entre outros.

O Depósito de Captação Triunfador, não pressupõe “Mix”, ou seja, permite ao cliente beneficiar de uma taxa bonificada de 3,75%, sem que para isso tenha que adquirir produtos, ou cumprir com requisitos estabelecidos.

Por, outro lado, para retenção de recursos, os clientes do Banco Santander Totta podem beneficiar de dois tipos de depósitos a prazo, dos quais, o Depósito Triunfador +, com “*Mix*”, que oferece uma taxa bonificada de 3,50% e o Depósito Triunfador, sem “*Mix*” que oferece uma taxa de 3,25%.

2.4.4. Depósito Especial Jovem

O Depósito Especial Jovem é um depósito para menores, que oferecia uma TANB de 3,25% e apenas necessitava de estar associada a uma Super Conta Mesada ou a uma Super Conta Jovem (Anexo XVII).

Este depósito vigorava durante 365 dias, sendo que apenas foi comercializada até ao final do mês de Setembro do corrente ano.

Era um depósito a prazo com uma razoável facilidade de comercialização, visto que oferecia uma taxa atractiva, um prazo aceitável e tendo em conta o segmento a que se destinava.

2.5. Seguros

2.5.1. Plano Vida

Para que o cliente possa encarar a vida com segurança e tranquilidade o Santander Totta coloca ao dispor dos seus clientes, uma gama de seguros de vida que serve de protecção para eventuais contratemplos.

Este Seguro Plano Vida apresenta diferentes opções, tendo em conta as necessidades dos seus clientes (Anexo XVIII).

De seguida, irei referenciar os três seguros com que estive mais em contacto durante o período de estágio.

- Plano Vida – Prevê as seguintes coberturas:
Morte + Invalidez Absoluta e Definitiva
- Plano Protecção – Oferece protecção em casos de:
Morte + Invalidez Total e Permanente maior ou igual a 66%
- Plano Protecção *Plus* – Oferece protecção extra no caso de:
Morte + Invalidez Total e Permanente maior ou igual a 66% + Doenças Graves

O cliente que tenciona adquirir um Seguro Plano Vida, tem várias opções de pagamento, podendo este ser um pagamento mensal, trimestral, semestral ou anual.

Para um capital seguro até 50.000 € e sempre que o tomador do seguro não tenha idade superior a 55 anos, não é necessária a realização de exames médicos (Anexo XIX).

2.5.2. Plano Protecção Emprego

O Plano Protecção Emprego é um seguro vocacionado para o cliente que tem um Crédito Habitação no Santander Totta, é trabalhador por conta própria ou por conta de outrem e que tem entre os 8 e os 60 anos de idade (Anexo XX).

Este tipo de seguro é de aprovação imediata, sempre que o tomador do seguro cumpra as condições necessárias e não exige exames médicos.

O Plano Protecção Emprego, mediante as opções contratadas, pode cobrir: morte, desemprego, incapacidade temporária absoluta e despesas de hospitalização.

O tempo em que este plano vigora é de cinco anos, renovando automaticamente, caso não seja expressa a vontade contrária do cliente, por períodos de um ano.

2.5.3. Plano Protecção Ordenado

O Plano Protecção Ordenado segue a mesma linha do plano anterior, sendo este um seguro de vida e desemprego, por um prazo inicial de 5 anos, automática e sucessivamente renovada por um ano (Anexo XXI).

Destina-se a todos os trabalhadores por conta própria ou por conta de outrem, com domiciliação de ordenado no Banco Santander Totta, cujas idades estejam compreendidas entre os 18 e os 65 anos.

O plano abrange três níveis de cobertura, podendo garantir um rendimento mínimo por: desemprego involuntário (reembolso de cerca de 25% do ordenado mensal da pessoa segura), incapacidade temporária absoluta (reembolso de cerca de 25% do ordenado mensal da pessoa segura) e morte (permite receber 6 vezes a retribuição mensal da pessoa segura).

2.6. Canais Complementares

O Banco Santander Totta disponibiliza aos seus clientes canais complementares, para que estes possam ter o Banco sempre próximo, evitando deslocar-se ao Balcão (Anexo XXII). Os canais complementares disponibilizados pelo Santander Totta são:

2.6.1. Netbanco

O Netbanco é uma plataforma disponível para todos os clientes, através da página do Santander Totta na Internet. Este serviço é um serviço gratuito, ou seja, não é cobrado nenhum montante ao cliente por aderir ou utilizar o serviço.

A adesão Netbanco permite ao cliente:

- Consultar saldos, movimentos, NIB (Número de Identificação Bancária) e IBAN (*Internacional Bank Account Number*) das suas contas;
- Fazer Transferências Nacionais e Internacionais;
- Fazer Pagamentos de Serviços e Pagamentos ao Estado;

- Requisitar, Activar e Visualizar Cheques;
- Comprar e Vender Acções;
- Consultar Extractos e Pagamentos com Cartão;
- Aderir aos Extractos Digitais;
- Aderir ao *Mobile Banking*;

Pode executar todas estas operações, entre outras, de forma segura e confidencial através deste serviço.

2.6.2. Superlinha

A Superlinha é mais um dos serviços (canal complementar) disponibilizado pelo Santander Totta, com vista à satisfação do cliente. Como tal, este serviço está disponível 24 horas por dia, 365 dias ao ano, permitindo realizar um vasto leque de operações bancárias, via telefone.

Para maior comodidade, pode falar com um assistente ou utilizar o atendimento automático, sendo este último muito acessível e rápido, possibilitando maior economia na realização de operações.

2.7. Créditos

O Santander Totta, coloca ao dispor dos seus clientes, uma vasta gama de soluções de crédito, tendo em conta o cliente, o motivo para o qual o cliente tenciona obter crédito e o tipo de taxa a aplicar.

Neste ponto relativo aos créditos, vou mencionar os três tipos de crédito com que tive em contacto durante o período de estágio, embora desenvolvendo para cada um deles diferentes tarefas.

2.7.1. Crédito Habitação

Relativamente ao Crédito Habitação, o Banco apresenta diferentes modalidades de crédito procurando sempre aplicar a modalidade que mais se enquadra às necessidades e características do cliente. A modalidade de crédito mais aplicada é o Super Crédito Habitação Taxa Variável.

Esta modalidade de crédito aplica-se a todos os clientes que procurem um crédito habitação que esteja indexado a uma taxa de juro com revisão trimestral ou semestral.

Apresenta uma grelha de *spreads* muito competitiva durante toda a vida do empréstimo, uma grande flexibilidade de prazo (com o máximo de 50 anos e limite de 75 anos de idade).

O cliente pode ainda optar pela opção de carência de capital, por um período que se pode estender até aos cinco primeiros anos de vida do empréstimo.

2.7.2. Crédito Pessoal

O Crédito Pessoal Santander Totta, permite aos seus clientes realizar facilmente os seus projectos, para remodelar casa, para fazer a viagem de sonho, para contratempos que possam surgir, este é o crédito de que os clientes podem beneficiar.

Este crédito pessoal oferece diversas vantagens, tais como: uma taxa de juro desde 9,5% (TAN), uma prestação mensal muito atractiva e um prazo alargado e flexível até 84 meses.

O Crédito Pessoal Santander Totta disponibiliza uma maior rapidez e facilidade no processo de atribuição do financiamento pretendido.

2.7.2.1 Crédito Liquidez

O Crédito de Liquidez é uma modalidade do Crédito Pessoal, que permite aos clientes particulares detentores de aplicações em produtos estruturados, fundos, certificados de poupança, entre outros, o financiamento de necessidades de liquidez.

Esta modalidade de crédito abrange financiamento para utilidade em diversos (por exemplo, financiamento para liquidação de créditos em outras instituições financeiras), obras e saúde.

Para o cliente que detém aplicações em produtos estruturados e/ou fundos o montante máximo a financiar é de 90% do valor aplicado com capital garantido na maturidade. Para depósitos a prazo e certificados de poupança, o montante máximo é de 100% do valor aplicado.

O prazo mínimo para o Crédito de Liquidez é de 6 meses, contando com um máximo de 84 meses.

A taxa de juro aplicável é indexada à *Euribor* a 6 meses, acrescida de um *spread* que pode ir de 1% a 2,5%, sendo esta sujeita à aprovação pelo respectivo director coordenador.

2.8. Protocolos

Um protocolo é um acordo estabelecido entre duas ou mais entidades, com vista a criar uma espécie de parceria com benefícios para os intervenientes, como instituição.

O Santander Totta na região da Guarda, tem estabelecido diversos protocolos com as mais variadas instituições da região, numa tentativa de alargar o seu número de clientes satisfeitos com o Grupo e ao mesmo tempo dinamizar e valorizar a relação com o Banco.

Algumas das mais conhecidas instituições, com as quais o Santander Totta tem estabelecido protocolo são:

- Fundação Frei Pedro;
- Serracentro;
- Instituto Politécnico da Guarda;
- Câmara Municipal da Guarda;
- CCD- Segurança Social da Guarda;
- SMAS- Serviços Municipalizados da Guarda.

Capítulo III: Actividades Desenvolvidas

3.1. Utilização do Terminal Financeiro

O terminal financeiro é a principal ferramenta utilizada pelos colaboradores do balcão, uma vez que é através deste que é possível aceder a toda a informação e a todos os códigos necessários para que seja possível desempenhar qualquer uma das tarefas no Banco.

A primeira tarefa a desempenhar pelos colaboradores é abrir o terminal financeiro, permitindo aceder ao seu instrumento diário de trabalho.

Ao iniciar o terminal financeiro, os colaboradores têm também acesso ao “jornal do dia” (Anexo XXIII), que é um jornal interno que permite conhecer quais as campanhas em vigor, quais os produtos novos e os que estão a terminar o seu período de comercialização, bem como actividades realizadas e os objectivos a alcançar pelo grupo.

3.2. Atendimento Telefónico

Logo na primeira semana, foi-me deliberada a tarefa de atender o telefone. Esta parece ser uma tarefa fácil, no entanto é por telefone que surgem muitas das oportunidades de negócio, como tal, é necessário que o cliente perceba segurança, simpatia, disponibilidade e confiança por parte do colaborador.

É sempre importante que o colaborador se identifique e que identifique o cliente (nome e contacto), para que caso não seja possível esclarecer o cliente naquele momento, venha mais tarde a contactá-lo, tendo sempre em conta que a satisfação do cliente é o lema do Santander Totta.

3.3. Manutenção e Consulta de Dados do Clientes

Para que o potencial cliente possa estabelecer uma relação com o balcão é necessário que seja recolhida toda a informação relativa ao mesmo.

O primeiro passo quando o cliente quer abrir conta no banco, é criar o cliente no terminal financeiro, o que pressupõe uma recolha exaustiva de informação, como por exemplo, número de BI (Bilhete de Identidade) ou Cartão do Cidadão e NIF (Número de Identificação Fiscal), idade, nome completo, profissão, entidade patronal, filiação, residência, entre outros.

Se o cliente já estiver criado, é possível consultar todos os dados relativos ao mesmo, como a posição do cliente no grupo (Anexo XXIV), os produtos adquiridos, se o cliente cumpre com *cross-selling* (outros produtos adquiridos pelo cliente, que visam a sua fidelização), se é ou não cliente vinculado (pontos por importância e pontos por produto), entre outros, bem como todos os dados pessoais e informativos.

3.4. Contacto Telefónico

Tanto quanto o atendimento telefónico, o contacto via telefone de clientes acarreta uma grande responsabilidade. Esta responsabilidade aumenta quando se tenciona contactar um cliente para aquisição de um novo produto ou serviço do banco.

Desempenhei várias tarefas de contacto telefónico, sendo que foi possível contactar clientes que tinham créditos pré-concebidos, contactar clientes com cartões renovados enviados para o balcão, ou simplesmente, contactar clientes para se deslocarem ao balcão para resolverem situações de carácter interno.

Qualquer uma destas situações permitiu uma maior desenvoltura comunicacional, no entanto a tarefa que eu mais gostei de desenvolver e que maior importância teve relativamente ao contacto telefónico passou essencialmente pelo contacto de clientes para lhes propor a aquisição de produtos e serviços do banco.

Este tipo de contacto requer um estudo prévio do cliente relativamente à relação com o banco, à possibilidade e disponibilidade de aquisição de um dado produto ou serviço, não esquecendo que cada cliente difere, o que presume o uso de diferentes formas de comunicação.

Esta não foi tarefa fácil, uma vez que muitos dos clientes não me conheciam, mas grande parte dos meus contactos foram bem recepcionados e acabaram por resultar numa vinda ao balcão, muitos deles para concretizar o que lhes tinha proposto.

3.5. Atendimento ao público

Para além do contacto telefónico, o atendimento ao público, foi das tarefas que mais gostei de realizar.

Desde o início do estágio que tentava ser simpática e prestável para com os clientes, recebê-los de uma forma muito profissional e ajudá-los no que fosse possível. No entanto, quando os clientes se dirigiam ao balcão devido ao contacto que lhes tinha feito anteriormente, acabava por me sentir lisonjeada, afinal tinha conseguido alcançar um dos objectivos a que me tinha proposto.

Ao receber um cliente no balcão é extremamente importante “estreitar os laços”, ou seja, permitir que o cliente se sinta à vontade e que logo que possível expresse confiança, o que com uma boa recepção, simpatia e disponibilidade se tornava muito mais fácil.

Os clientes que eu recepcionei eram essencialmente clientes que pretendiam fazer uma abertura de conta, constituir depósitos a prazo, ou simplesmente pedir conselhos acerca do melhor produto ou serviço.

Uma das técnicas que resultava bastante bem, e que nos era proposta pela direcção, todas as semanas, era o *get a friend*.

Esta técnica consistia em tentar que cada cliente nos deixasse apenas o nome ou contacto de alguém que poderia estar receptivo a uma abertura de conta no nosso balcão.

Como não poderia deixar de ser, o atendimento ao público ou o contacto telefónico era o momento fulcral para realizar esta operação.

3.6. Abertura e Manutenção de Contas

Na segunda semana de estágio, era a tarefa que eu já desempenhava com maior à-vontade. Era necessário para tal, que os clientes estivessem com todos os dados actualizados no terminal financeiro (manutenção de dados do cliente).

Tendo os dados actualizados importava saber qual o tipo de conta que mais se enquadrava no cliente. Depois desta fase ultrapassada, do cliente apenas eram necessárias assinaturas e os respectivos documentos para identificação bancária, dos quais:

- Bilhete de Identidade ou Cartão do Cidadão;
- Número de Identificação Fiscal;
- Comprovativo de Morada;
- Comprovativo de Profissão.

O processo de abertura de conta, mais que o processo de manutenção de conta, era uma tarefa que requeria algum trabalho e muita atenção na execução para que dessa abertura não resultassem incidências (falta de documentação, erro de digitalização, entre outras).

Para fazer uma abertura de conta, para além dos respectivos documentos para identificação bancária, é necessário que o titular ou titulares de conta assinem:

- Ficha de Assinaturas (Anexo XXV);
- Ficha de Cliente – Pessoa Particular (Anexo XXVI);
- Ficha de Produtos e Serviços (Anexo XXVII);
- Condições Gerais da Conta (caso existam);
- Ficha de Informação Normalizada (FIN) da Conta.

Quando se trata de um processo de manutenção de conta e sempre que é necessário alterar os titulares da conta, para além de ser necessária toda a documentação anterior deve juntar-se ao processo uma comunicação interna (Anexo XXVIII) com a assinatura do colaborador e com o nome dos intervenientes, bem como a alteração de titularidade (Anexo XXIX).

Sempre que da central resultassem incidências era necessário resolvê-las assim que possível, para só depois, após alguns dias a aguardar rectificação e a conclusão do processo, fosse possível arquivá-la devidamente nos lotes do balcão.

3.7. Colocação de Cartões

Os cartões de débito eram de fácil negociação, uma vez que era atribuído, em consenso com o cliente, um cartão de débito por titular de conta sempre que se justificasse.

Quanto ao cartão de crédito, havia alguns clientes que se dirigiam ao balcão para a aquisição dos mesmos, outros aos quais, mediante a sua relação com o banco lhes eram automaticamente atribuídos.

O atendimento ao público pressupunha também uma fortíssima opção para a colocação deste tipo de cartões, ou seja, cabe aos colaboradores do banco enunciar junto dos clientes os benefícios do cartão de crédito que melhor se enquadra no perfil do cliente, valorizando sempre, que um cartão de crédito é um cartão de prestígio.

Após recepção do cartão quer de débito, quer de crédito, o cliente deve dirigir-se ao balcão para activar o mesmo.

3.8. Comercialização e Constituição de Depósitos a Prazo

A minha colaboração relativamente a depósitos a prazo, assenta essencialmente em pontos já referidos anteriormente, uma vez que a forma que eu usei para a colocação de depósitos a prazo foi essencialmente o contacto telefónico e o atendimento ao público.

Na terceira semana de estágio e após alguns dias de pesquisa nas horas vagas, percebi que existia um depósito a prazo para jovens, denominado de Depósito Especial Jovem.

Este depósito, não tinha requerido ainda muita atenção por parte dos restantes colaboradores o que me levou imediatamente a tentar programar uma forma para poder colocar alguns destes depósitos junto do segmento jovem.

A melhor estratégia era contactar os representantes legais, convidando-os para se deslocarem ao banco para que lhes pudesse apresentar as características do produto e assim fiz.

Obtive muito conhecimento através deste desafio a que me propus, conheci e estabeleci alguma proximidade com os clientes, percebi qual era o verdadeiro sentido e a dificuldade em negociar os prós e os contras do produto e ganhei confiança ao nível profissional e comunicacional.

Com esta estratégia, consegui a aplicação de alguns recursos e mereci o reconhecimento por parte da equipa devido à forma como encarei o desafio e como me esforcei para o conseguir.

A partir deste momento, adoptei este sistema na tentativa de obter resultados para o banco, relativamente a outros depósitos a prazo e a outros produtos e serviços.

3.9. Comercialização e Constituição de Seguros

Cada vez mais as pessoas se mostram reticentes no que diz respeito ao futuro e os clientes do balcão Guarda Bonfim não eram excepção à regra.

O Santander Totta apresenta uma vasta gama de seguros disponibilizados aos seus clientes, no entanto, durante os meses em que permaneci no balcão, os seguros a que foi atribuído um maior destaque foram o Seguro Plano Protecção Emprego, o Seguro Plano Protecção Ordenado e o Seguro Plano Vida, sendo que este último foi o que me foi destinado comercializar.

Mais uma vez, através de contacto telefónico e de atendimento ao público, consegui colocar alguns destes seguros, contribuindo para que em equipa fosse possível ao balcão cumprir os objectivos mensais que nos foram propostos no mês de Setembro.

Quando os clientes se dirigiam ao balcão era necessário expor as condições e benefícios deste tipo de seguros e de seguida disponibilizar aos clientes a pré-proposta do contrato de seguro.

Caso o cliente decidisse fazer o seguro, era necessário executar a formalização ao nível informático, imprimir todos os documentos do contrato necessários para assinatura, entregar o exemplar ao cliente e de seguida enviar uma cópia do contrato, por correio interno, para o Totta Seguros e arquivar o original no lote correspondente.

3.10. Adesão a Canais Complementares

A adesão a canais complementares era um serviço que não acarretava qualquer tipo de despesas para o cliente. Como tal, e sendo este um serviço que apenas apresenta vantagens, qualquer cliente se mostrava facilmente interessado em aderir ao serviço.

Este era um serviço apresentado ao cliente que se dirigia ao balcão, para abertura de conta (por exemplo) e através de contacto telefónico. Algumas vezes persuadi o cliente a deslocar-se ao balcão para fazer uma adesão *Netbanco*, na tentativa de que através do atendimento ao mesmo surgisse a oportunidade de colocar um outro produto ou serviço.

3.11. Formalização de Processos de Créditos

Ao nível de créditos, as tarefas foram sendo deliberadas à medida que ia conhecendo estes processos e o que a formalização de crédito exige.

Com os créditos de liquidez (Anexo XXX) e pessoal (Anexo XXXI e XXXII), não estive muitas vezes em contacto, até porque durante o período de estágio não foram os mais solicitados. No entanto, aprendi a fazer simulações (Anexo XXXIII e XXXIV) para cada uma destas tipologias de crédito e a lançá-los no terminal financeiro, que por si já é uma tarefa muito criteriosa e que necessita de muita atenção.

Os processos de crédito habitação (Anexo XXXV) são já processos um pouco mais complexos e que necessitam de um maior período de tempo de elaboração, onde é necessária imensa documentação, relativamente ao processo de crédito, ao imóvel, ao proponente e aos respectivos fiadores.

Nestes processos a minha tarefa era organizar a documentação e verificar se estava algum documento em falta. De seguida, era necessário criar a GP (número) do processo, bem como os documentos necessários no sistema relativamente a essa GP. Por fim, era necessário digitalizar os documentos que constavam no processo e verificar se estes estavam devidamente digitalizados.

3.12. Elaboração de Correspondência

Como em qualquer instituição, também no banco é essencial a elaboração de correspondência quer interna quer externa.

O envio de cartas e comunicados a clientes, a troca de informação entre instituições bancárias e o envio de comprovativos para seguradoras (Totta Seguros), foram algumas das tarefas relativas à elaboração de correspondência à qual tive que dar resposta.

3.13. Digitalização por *E-mail*

A digitalização por *e-mail* era uma das ferramentas utilizadas para troca de informação tanto ao nível do balcão (entre colaboradores), através da ferramenta *Outlook*, como ao nível de colaboradores do grupo externos ao balcão.

Quando um cliente não se encontrava disponível no país, ou simplesmente, não podia dirigir-se ao balcão, toda a informação a ser disponibilizada ao cliente acerca de um produto ou serviço, era digitalizada para o *e-mail* do colaborador, que de seguida o encaminhava para o cliente em questão.

A mim coube esta tarefa algumas vezes, numa tentativa de ajudar os restantes colaboradores uma vez que era uma tarefa de fácil e de rápida execução.

3.14. Verificação e Envio de Documentação para o CÔA

Todos os dias de manhã ao chegar ao balcão, uma das minhas tarefas era verificar se tinham sido feitas as operações relativas aos documentos enviados para o Departamento CÔA no dia anterior.

Ao realizar operações de constituição, mobilização ou liquidação de depósitos a prazo ou produtos estruturados, transferências, encerramentos de contas, entre outras operações, era necessário, no final do dia enviar os respectivos documentos assinados via *e-mail* para esse departamento.

A minha tarefa era essencialmente, no dia seguinte verificar conta a conta se as operações enviadas nos dias anteriores já estavam disponíveis no sistema. Caso estas já tivessem no sistema, restava apenas arquivar a respectiva documentação, nos lotes correspondentes e na data da execução.

3.15. Gestão de Processos de Ordenado Real

“Ordenado Real”, foi uma tarefa designada pelo Banco ao nível de todos os balcões Santander Totta com vista a gestão de processos relativamente à domiciliação de ordenado.

Esta tarefa de equipa, consistia em averiguar se existia por parte dos clientes o cumprimento da domiciliação de ordenado na respectiva Super Conta Ordenado, para que estes pudessem continuar a beneficiar das condições que esta conta oferece.

Para tal, esta tarefa de equipa exigia aos colaboradores que verificassem através do extracto bancário se existia domiciliação mensal e exigia aos clientes, um comprovativo da instituição empregadora.

Este comprovativo tinha que ser carregado no terminal financeiro, digitalizado e após recepção de um *e-mail* da central, arquivado, quando resolvido e devidamente comprovada a domiciliação.

A minha tarefa era participar activamente no carregamento, digitalização e arquivo do processo.

3.16. Dinamização de Protocolo

Como já referi anteriormente, existem algumas instituições na região da Guarda com o qual o Santander tem estabelecido protocolo (Anexo XXXVI).

No dia vinte e um de Setembro do presente ano, foi-me proposto pelo gerente uma tarefa diferente de todas aquelas que até à data tinha desempenhado.

Esta tarefa consistia em que no dia seguinte, fosse em representação do balcão dinamizar o protocolo (Anexo XXXVII), celebrado poucos dias antes, com a SMAS (Serviços Municipalizados da Guarda), junto de operários e funcionários.

No dia estabelecido, em conjunto com colaboradores do Grupo que se deslocaram à cidade da Guarda, mais precisamente à agência Guarda-Bonfim, fomos cumprir a nossa tarefa como dinamizadores.

Foi uma experiência muito aliciante, tanto pela responsabilidade e confiança que me foi atribuída, como pela forma como, mais uma vez posta à prova, consegui conciliar uma boa atitude comunicacional, com uma postura profissional, tanto com os colegas do Grupo, como com os funcionários e operários da instituição.

3.17. Recepção do Excelentíssimo Presidente do Santander Totta

Aos vinte e três dias do mês de Setembro, tive o privilégio de receber, juntamente com os restantes colaboradores da agência, o Excelentíssimo Senhor Presidente do Santander Totta, Nuno Amado (Anexo XXXVIII).

Foi uma experiência muito gratificante uma vez que raramente as agências são contempladas com a visita de um órgão tão soberano.

A visita teve como objectivo conhecer as agências e respectivos colaboradores, expondo todas as ideias, missões e objectivos que tencionava ver concretizadas.

Ainda que todas as ideias, missões e objectivos a concretizar, façam parte do dia-a-dia de qualquer das agências, esta visita veio reforçar: a importância na captação de novos clientes, bem como na sua fidelização, a necessidade de através dos clientes fazer entrar novos recursos no Banco e, entre outras, a importância da divulgação e comercialização dos diversos produtos e serviços, tendo sempre em conta o estreitar da relação entre o cliente e o banco.

Conclusão

Mais uma etapa ultrapassada, aquela que fica como pioneira no mercado de trabalho e como última de um percurso que não se adivinhava fácil, a conclusão da licenciatura.

Os três meses de estágio foram como que a revelação de uma certeza. Com esta experiência posso agora afirmar que o meu maior desejo é trabalhar na área da Banca.

Esta é uma área que desperta o meu interesse, não só porque envolve a comunicação, mas também porque se torna aliciante o facto de existir nesta profissão, uma competição diária, saudável, que resulta como um estímulo para cada um dos colaboradores do Banco.

O estágio foi uma experiência muito agradável, porque tive sorte com a equipa que me recebeu (sempre com um sorriso) e também porque dei o máximo de mim, para conseguir aproveitar esta oportunidade da melhor forma, o que é certo, é que desempenhei imensas tarefas que me servirão de alicerce para o futuro e aprendi como realmente funciona o trabalho em equipa numa organização.

O Curso de Comunicação e Relações Económicas foi a minha primeira opção e disso me orgulho. Este é uma excelente base de apoio, quando chegamos a este patamar.

O Curso de Comunicação e Relações Económicas aposta na diversidade, é no mercado de trabalho que cada um de nós se apercebe que este é um curso único e que estamos aptos a desempenhar vários tipos de tarefas, superando todas as adversidades.

As unidades curriculares de Teoria da Comunicação, Técnicas de Expressão Oral e Escrita, Gestão Bancária e Seguradoras, Contabilidade, Economia, Organização e Gestão de Empresas, *Marketing* e Direito Económico, entre outras, resultaram numa óptima ajuda no que diz respeito à ética e profissionalismo, à compreensão de conceitos e aplicação de conhecimentos, bem como, ao uso de técnicas de persuasão e técnicas de venda de produtos ou serviços.

Bibliografia

Outras fontes:

Associação Portuguesa de Bancos (2010), InforBANCA

Santander (2009), *Relatório de Actividades*

Santander Totta (2009), *Actividades e Indicadores Consolidados*

Netgrafia

www.santander.com, consultado em 25 de Outubro de 2010

www.santandertotta.pt, consultado em 27 de Outubro de 2010

www.webbanca.pt, consultado em 12 Novembro de 2010

www.matematicafinanceira.net, consultado em 12 de Novembro de 2010

www.priberam.pt, consultado em 13 de Novembro de 2010

Capítulo I

Grupo Santander

Capítulo II

Produtos e Serviços do Santander Totta

Capítulo III

Actividades
Desenvolvidas